iResearch 艾瑞咨询

中国95后外出餐饮习惯研究报告

2020年



VISIT…

LANZAROTE

Caliente.COM

扫码免费领取资料



房中术(www.nblax520.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等……

扫码加微信lax988988领取资料



==

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练
32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦…………

摘要

iResearch 艾瑞咨询



经历疫情后餐饮行业遭受重创，6月仍未恢复同期水平，将经历缓慢的消费力重塑过程。二线年轻群体相对更容易恢复餐饮消费，互联网+为疫情后餐饮消费助力；



外出就餐是重要的餐饮休闲方式，95后外出就餐频次和95前持平，热衷餐饮社交，吃出更多花样；乐于挑战新口味，打造味蕾新地图。95后工作后餐饮支出迅速上升，在大众餐饮消费（300元以下）中是支付能力最强的高潜力人群。95后是助力餐饮恢复、打造餐饮品牌力的重要群体；



95后外出就餐八大场景占比从高到低依次为：享受美食、朋友聚会、外出休闲、打卡热门餐厅、庆祝节日/生日、情侣约会、不想做饭、商务场合。八大场景的群体特征和餐饮偏好存在差异，形成餐饮新趋势：运营私域流量、打造新奇口味、融合跨界元素、营造独特氛围等；



餐饮企业通过品牌化享受粉丝红利，以独特文化和定位吸引食客尝试；95后中的尝新群体评价、分享新餐厅的意愿更强，是打造餐饮品牌的关键群体。味道好、有优惠折扣、服务好是吸引95后尝新群体的关键。信用卡APP“饭票” “大牌周五5折”等活动折扣力度大、优选可靠餐厅，是95后尝新群体更偏好的餐饮信息渠道。信用卡APP将优质客户和餐饮商户对接，助力餐饮复苏，值得关注。

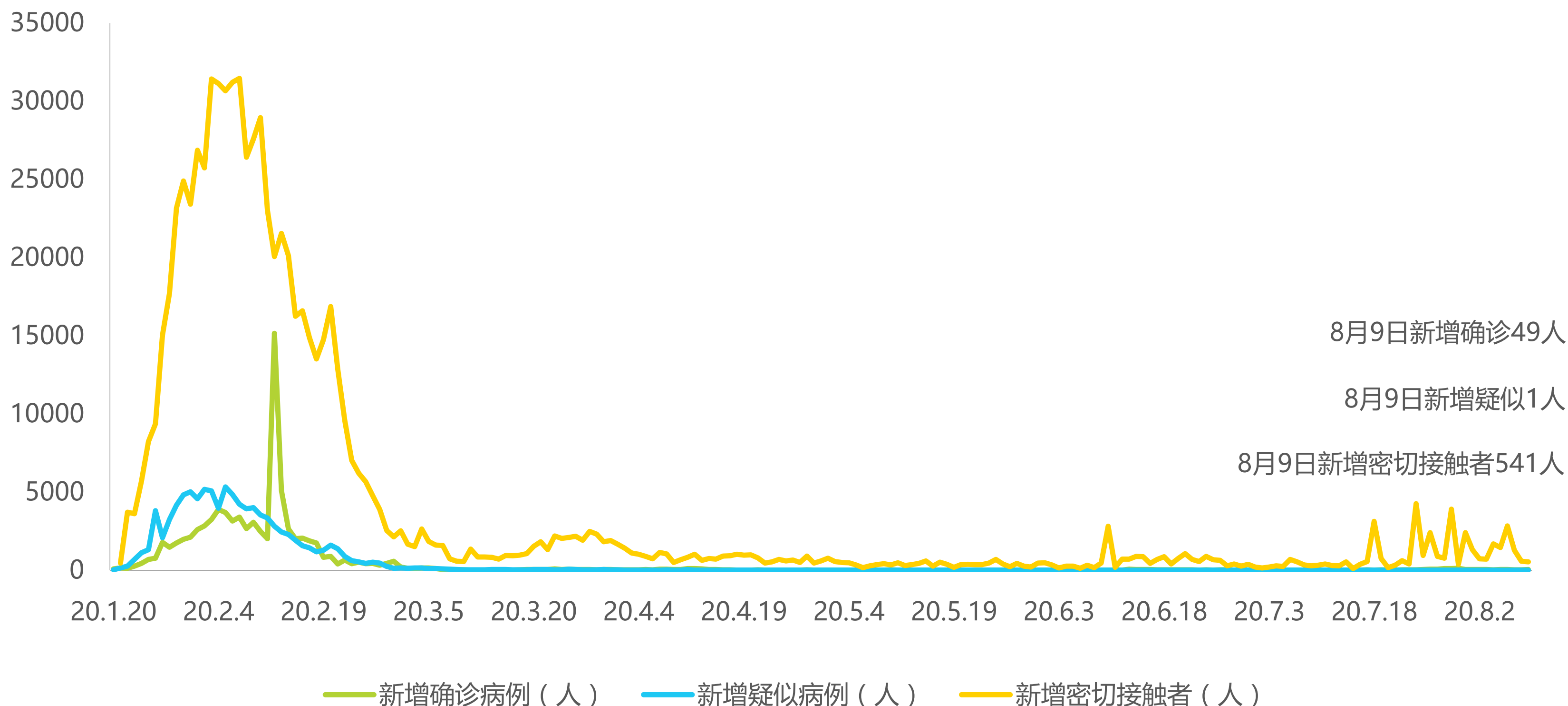
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

餐饮行业发展趋势	1
95后构成餐饮市场的重要客源	2
95后外出餐饮行为习惯	3
95后外出餐饮中的营销机会点	4
结语	5

国内疫情逐渐稳定，疫情防控常态化

单日新增确诊连续161天保持在200人以内，但仍有风险存在

从数据来看，无论是新增确诊、新增疑似还是新增密切接触者人数均在2中旬达到顶峰，之后缓慢回落。特别是三月以来新增确诊控制在较低水平，疫情发展向好。需要注意的是，吉林、北京、新疆和辽宁均出现地区爆发的情况，未来其他省份地区仍存在聚集性疫情的可能，大家需要保持高度警惕，做好一切必要的疫情防控措施。



注释：数据开始时间为2020年1月20日，截止时间为2020年8月9日。
来源：国家卫健委；艾瑞咨询研究院整理及绘制。

©2020.2 iResearch Inc.

消费业偶有人笑，多闻人哭

疫情利空线下，利好线上

疫情防控要求下，居民外出消费骤减，部分行业受国家要求暂停营业，旅游、餐饮、线下文娱（电影/演出赛事/展览等）等线下消费场景，尤其是聚集性消费场景为主的行业遭重创；家庭消费场景及线上消费成为主要消费场景，电商/新零售、在线视频、网络游戏、在线教育、生物医药等逆势上扬，迎来一波短期爆发式增长。

整体上，国家经济增长遭受打击，全年GDP将在6%以下。一方面，中国经济目前正处于中高速增长的结构性调整阶段；另一方面，目前中国第三产业比重加大，受疫情影响更加深远，经济恢复将较2003年非典期间经过一个更为漫长的回弹期。

新冠疫情对中国经济及各典型行业的影响

来源：艾瑞咨询2020年2月23日发布的《疫情影响下的用户消费指数趋势报告》。

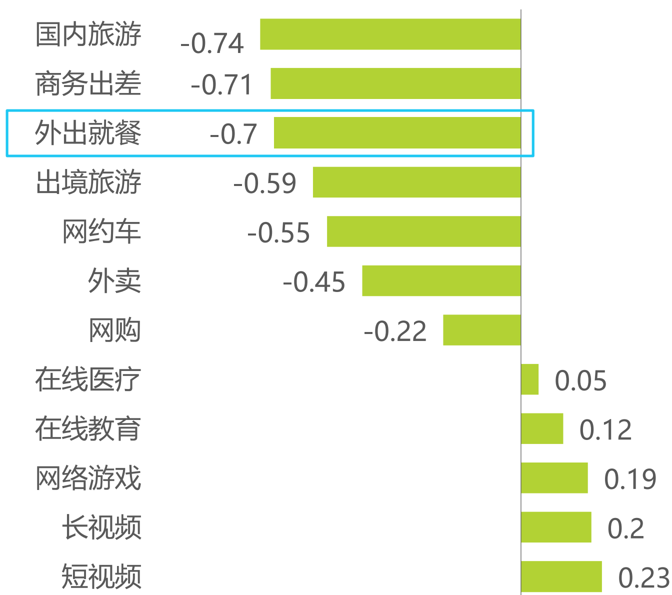
©2020.2 iResearch Inc.

餐饮业受到冲击 6月仍未恢复同期水平

受疫情影响线下消费行业收到较大冲击

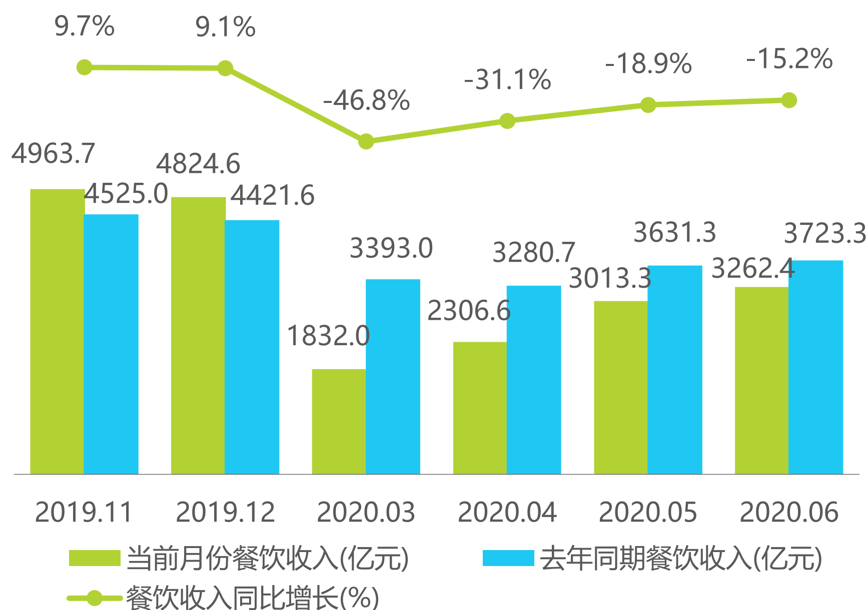
疫情期间由于防疫举措要求，线下活动行业受到巨大冲击，国内旅游、商务出差和外出就餐等行业消费者消费水平下滑显著。以餐饮行业为例，2020年3月份餐饮收入同比去年近乎腰斩，随着疫情逐渐稳定以及各行业开始复工复产，4-6月份逐渐好转餐饮收入同比下滑幅度不断收缩。

新冠疫情期间2月份中国部分行业用户消费趋势



注释：用户消费趋势是艾瑞通过用户调研数据处理得出的指数，疫情期间及疫情结束后用户消费指数均基于与2019年用户消费行为做对比，数值于-1至1之间波动，0说明与2019年持平，越接近1代表增长越多，越接近-1代表下降越多；仅代表用户调研结果。
来源：艾瑞咨询2020年2月23日发布的《疫情影响下的用户消费指数趋势报告》。

2020年中国餐饮行业收入及同比增长情况



注释：2020年1月和2月份数据缺失。
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

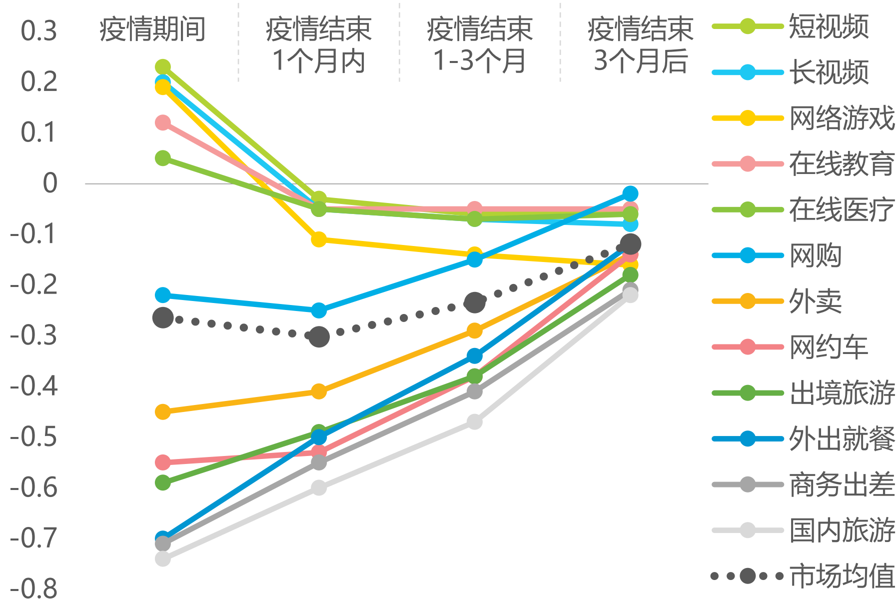
©2020.8 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

餐饮业将经历缓慢的消费力重塑过程

消费力重塑期较长，但一切都将慢慢向好发展

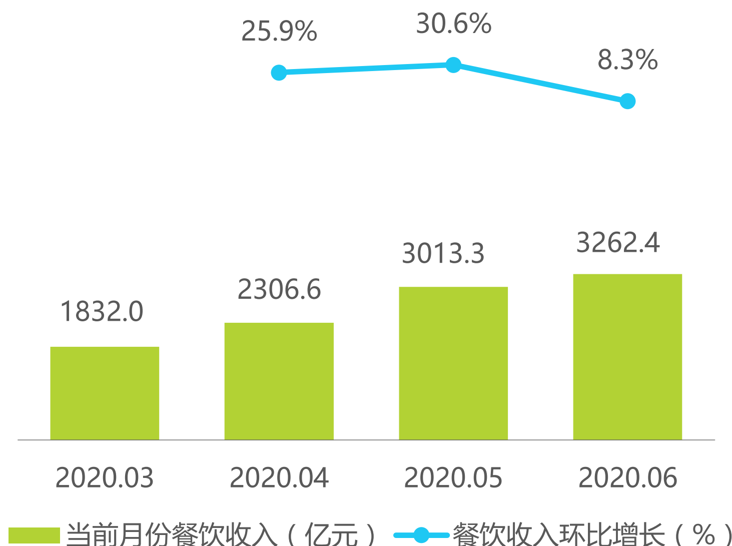
现阶段仍存在地区聚集性疫情，疫情结束时间节点尚不明确，用户消费增长动力不足，疫情结束后3个月仍不能达到2019年的消费水平。（2003年非典结束后，行业的恢复周期基本在3个月以内，部分行业甚至一个月后即快速反弹。）以餐饮行业为例，疫情期间用户消费趋势下滑显著，到疫情结束三个月后经过快速反弹上升到达市场均值，却依旧低于去年同期水平。现实数据来看，2020年4月份环比增长25.6%，5月份环比增长30.6%餐饮行业收入快速回复，但随着复产复工潮的红利结束，增长动力疲软缓慢速度恢复。

新冠疫情之下中国部分行业用户消费趋势



注释：用户消费趋势是艾瑞通过用户调研数据处理得出的指数，疫情期间及疫情结束后用户消费指数均基于与2019年用户消费行为做对比，数值于-1至1之间波动，0说明与2019年持平，越接近1代表增长越多，越接近-1代表下降越多；仅代表用户调研结果。
来源：艾瑞咨询2020年2月23日发布的《疫情影响下的用户消费指数趋势报告》。

2020年中国餐饮行业收入及环比增长情况



注释：2020年1月和2月份数据缺失。
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

©2020.8 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

二线年轻群体相对更容易恢复餐饮消费

iResearch 艾 瑞 咨 询

疫情结束3个月后消费指数-0.12，二线城市复苏相对更快

到店餐饮是本次疫情中受影响最严重的行业之一，受政策要求，多地餐饮门店在春节期间陆续歇业，目前开业时间未知；但在政策性停业之前，疫情前期仍有部分用户有外出就餐行为；此外，部分地区未做强制性停业要求。
从数据来看，疫情期间居民外出就餐消费指数为-0.70，疫情结束3个月后恢复到-0.12；各类人群中，二线城市、男性、30岁以下、家庭月收入2-3万元、未婚的用户受疫情影响相对较小，疫情后恢复较快

新冠疫情之下中国居民外出就餐消费趋势

		疫情期间	疫情结束1个月内	疫情结束1-3个月	疫情结束3个月后
整体		-0.70	-0.50	-0.34	-0.12
省份	湖北省	-0.81	-0.57	-0.42	-0.27
	其他省份	-0.70	-0.50	-0.33	-0.11
线级城市	一线	-0.70	-0.51	-0.35	-0.13
	新一线	-0.70	-0.49	-0.32	-0.13
	二线	**-0.66**	**-0.46**	**-0.28**	**-0.04**
	三线	-0.73	-0.52	-0.38	-0.14
	四线及以下	-0.74	-0.56	-0.38	-0.15
性别	男性	-0.69	-0.47	-0.30	-0.08
	女性	-0.72	-0.56	-0.39	-0.17

		疫情期间	疫情结束1个月内	疫情结束1-3个月	疫情结束3个月后
年龄	**30岁及以下**	**-0.63**	**-0.44**	**-0.32**	**-0.15**
	31-40岁	-0.72	-0.54	-0.35	-0.11
	41岁及以上	-0.83	-0.55	-0.34	-0.07
家庭月收入	1万元及以下	-0.74	-0.55	-0.39	-0.18
	1-2万元	-0.73	-0.53	-0.34	-0.10
	2-3万元	-0.64	-0.44	-0.28	-0.07
	3万元以上	-0.63	-0.41	-0.32	-0.13
婚姻	**未婚**	**-0.71**	**-0.45**	**-0.30**	**-0.14**
	已婚未育	-0.74	-0.64	-0.51	-0.33
	已婚已育	-0.69	-0.49	-0.31	-0.07

注释：1/本报告所指疫情结束为“现存确诊人数为0”；2/用户消费趋势是艾瑞通过用户调研数据处理得出的指数，疫情期间及疫情结束后用户消费指数均基于与2019年用户消费行为做对比，数值于-1至1之间波动，0说明与2019年持平，越接近1代表增长越多，越接近-1代表下降越多；仅代表用户调研结果。
来源：艾瑞咨询2020年2月23日发布的《疫情影响下的用户消费指数趋势报告》。

©2020.2 iResearch Inc.

“互联网+”为疫情后餐饮消费助力

iResearch 艾瑞咨询

折扣优惠、安全保证、外卖配送，互联网渠道新突破

新冠疫情之下“互联网+”助力餐饮行业案例







信用卡平台引流优质客户

为增强用户对银行优惠APP的使用黏度，构建满足用户“需求图谱”的生态圈，以广发银行的发现精彩APP为代表推出疫情期间**“饭票安心送”**活动，通过五折等优惠购买抵用券的方式鼓励用户进行餐饮消费，助力本地餐饮品牌及商户业绩复苏。

外卖平台认证安心餐厅

充分考虑疫情期间消费者对用餐考虑的需求，美团平台上线**安心餐厅专栏**，以“消毒公示、餐桌隔离、传菜隔离”等作为承诺保障，打消消费者的用餐顾虑。

多方合作提供外送服务

线下餐饮企业为自救，转型打造**线上点餐外卖服务**。通过互联网平台，例如微信公众号、小程序、美团外卖、饿了么等平台上线品牌外卖，实现疫情下的盈利突破。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

iResearch
艾 瑞 咨 询

餐饮行业发展趋势 1

95后构成餐饮市场的重要客源 2

95后外出餐饮行为习惯 3

95后外出餐饮中的营销机会点 4

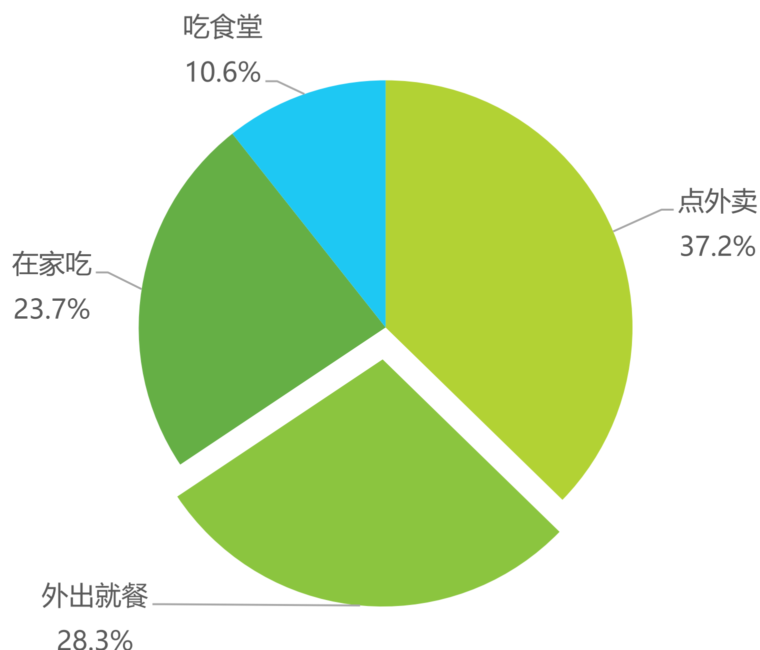
结语 5

外出就餐是重要的餐饮休闲方式

餐馆菜系多样，点外卖或外出就餐是大家喜欢的就餐方式

37.2%的被访者更喜欢点外卖，28.3%选择外出就餐，高于在家吃的比例23.7%。

2020年疫情前中国居民最喜欢的就餐方式



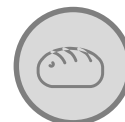
样本：外出就餐调研，N=1840；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

2020年疫情前中国居民常去的餐饮店


餐馆 69.7%


中式快餐/简餐 69.4%


茶饮店 41.2%


面包店 31.0%

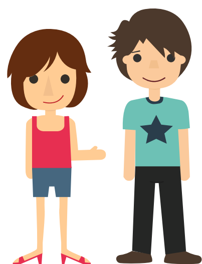
样本：外出就餐调研，N=1840；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.
©2020.8 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

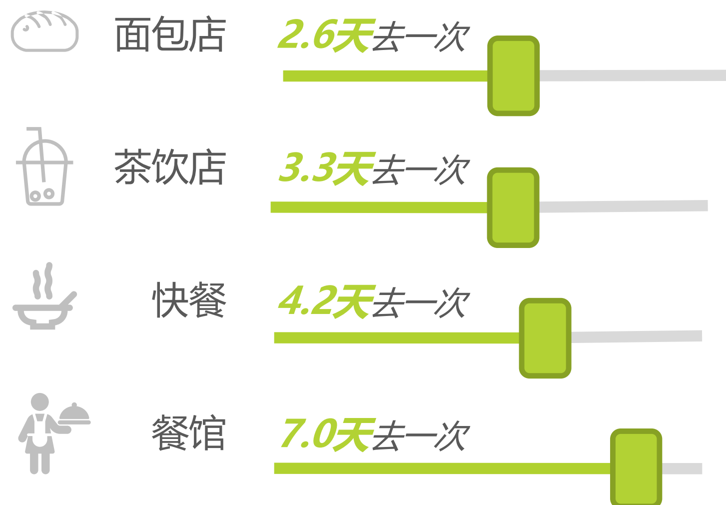
95后外出就餐频次和95前持平

疫情前平均每周去一次餐馆，三天去一次茶饮店

2020年疫情前95后/95前去餐饮店的频率

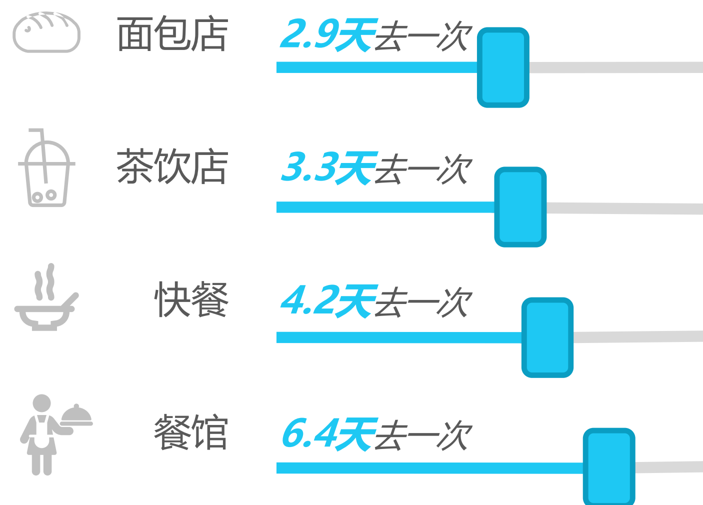


95后





95前



样本：外出就餐调研，95后群体，N=1237；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

样本：外出就餐调研，95前群体，N=485；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

©2020.8 iResearch Inc.
www.iresearch.com.cn

95后餐饮社交，吃出更多花样

iResearch 艾 瑞 咨 询

95后时常朋友聚会，95前家庭工作傍身

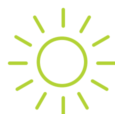
2020年疫情前95后/95前去餐饮店的场景

95后





节假日
TGI=140.9



午饭
TGI=107.6

同学
TGI=125.6
朋友
TGI=107.3

情侣约会	122.3
庆祝节日/生日	112.2
朋友聚会	107.2
打卡热门餐厅	106.3

样本：外出就餐调研，95后群体，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

95前





周末
TGI=107.0



晚餐
TGI=110.8

子女
TGI=203.4
伴侣
TGI=138.7
同事
TGI=123.8
长辈
TGI=113.9

不想做饭	166.6
商务场合	143.7
享受美食	104.5

样本：外出就餐调研，95前群体，N=400；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

©2020.8 iResearch Inc.

95后乐于挑战新口味 打造味蕾新地图

iResearch 艾瑞咨询

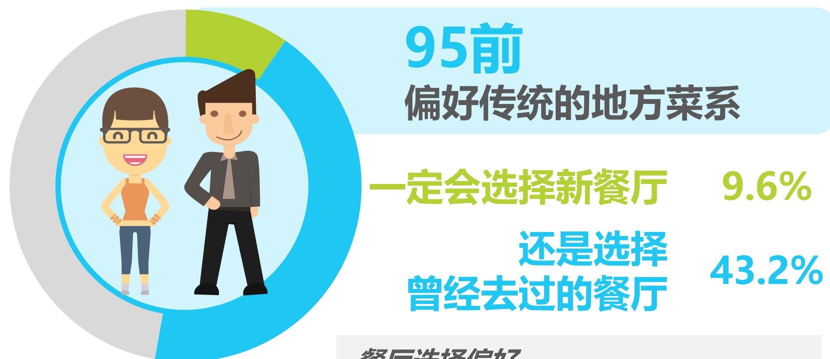
S11，选择新餐厅的比例

2020年疫情前95后/95前餐厅选择偏好



餐厅选择偏好	
自助餐	116.2
日韩料理	115.4
烧烤/香锅/串串	114.1
创意菜/融合菜	109.5
西餐	109.3

样本：外出就餐调研，95后群体，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。



餐厅选择偏好	
川湘菜	134.9
火锅	113.5
其他地方菜系	108.6
粤菜	106.5
西式简餐	103.2

样本：外出就餐调研，95前群体，N=400；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn
©2020.8 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

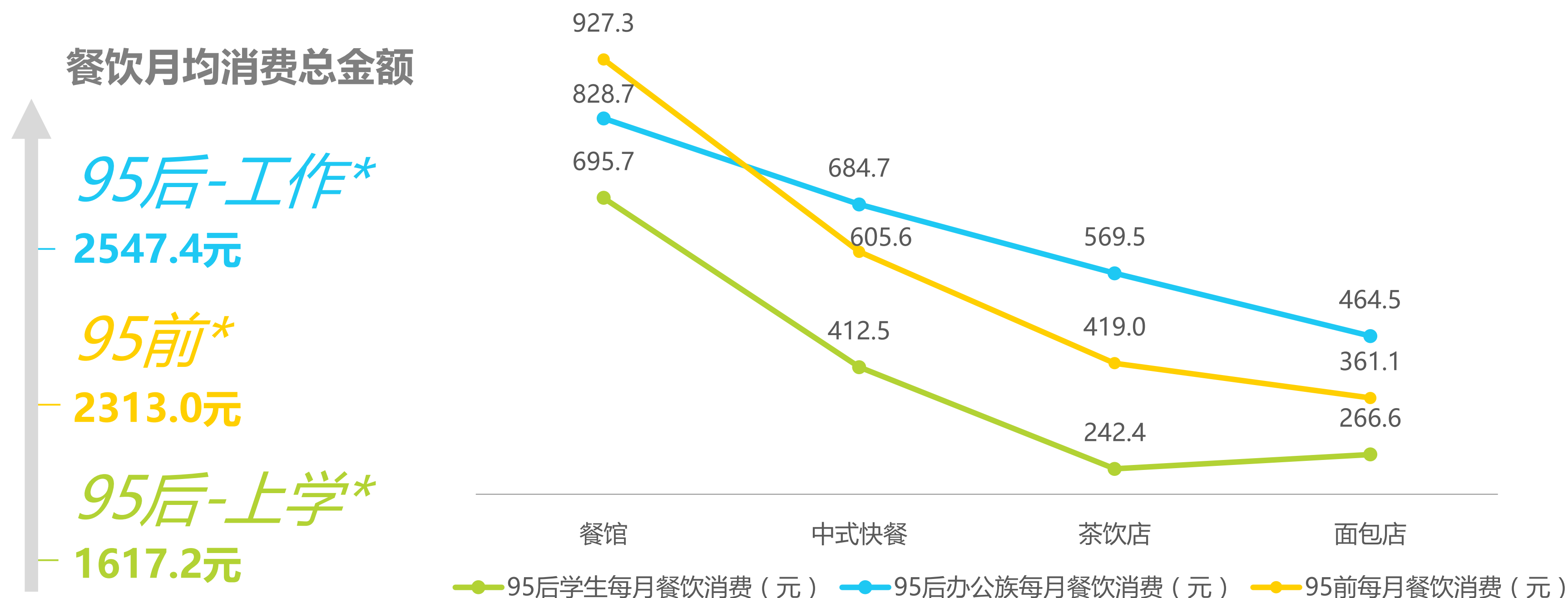
95后学生餐饮支出较低 工作后迅速上升

iResearch 艾 瑞 咨 询

95后在快餐、茶饮店、面包店等餐饮店的消费力超过95前

在餐饮消费金额上，95后中的学生支付能力较弱，餐饮消费金额相对较低。95后中已工作的群体相比学生群体，餐饮消费能力随着经济能力的提升而迅速上升，潜在的消费意愿被激发。95后学生在毕业后，将迎来消费需求的爆发，在学生时代进行品牌引导是一种有效的潜在用户培养方式。

在中式快餐、茶饮店、面包店等餐饮场景中，95后工作群体的人均支付水平高于95前。



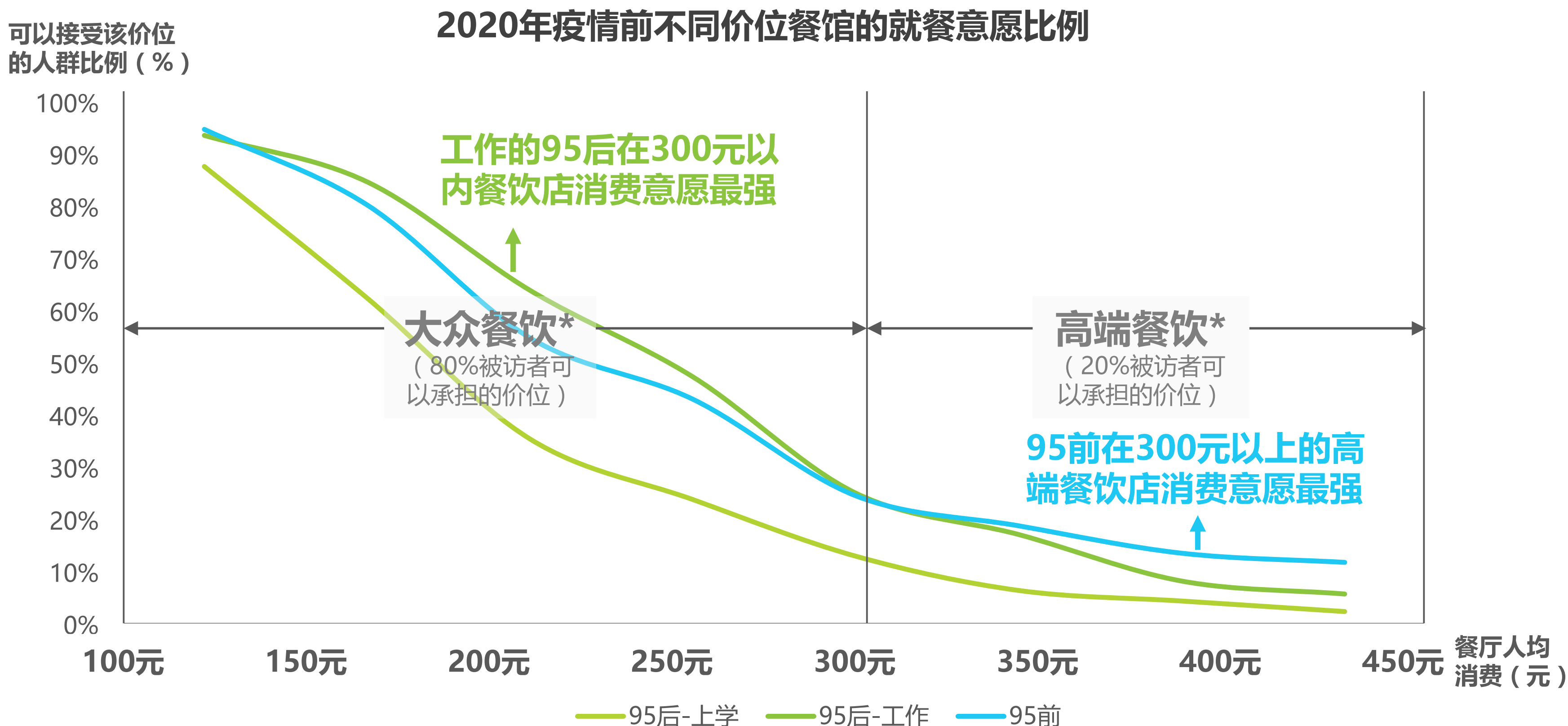
注释：1、95前：1995年1月前出生；2、95后-工作：1995年1月后出生，已参加工作，有稳定收入；3、95后-上学：1995年1月后出生，还在读书。
来源： 1. 95后外出就餐人群，N=800；2. 95前外出就餐人群，N=400；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

95后上班族是大众餐饮消费高潜力人群

95前人群在高档餐饮消费上具有更强的消费能力

下图中不同档次金额对应可以接受该金额的餐饮消费的人群占比。**人均价格300元以内的餐饮消费，95后工作群体可接受的人群比例高于95前。超过300元的价格，95前中可承受的人群比例高于95后。**



注释：整体人群中78.9%可以接受人均300元以下价位的餐饮店，根据二八分布定律，将300元以下的餐饮店作为大众餐饮店。
样本： 1. 95后外出就餐人群，N=800；2. 95前外出就餐人群，N=400；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

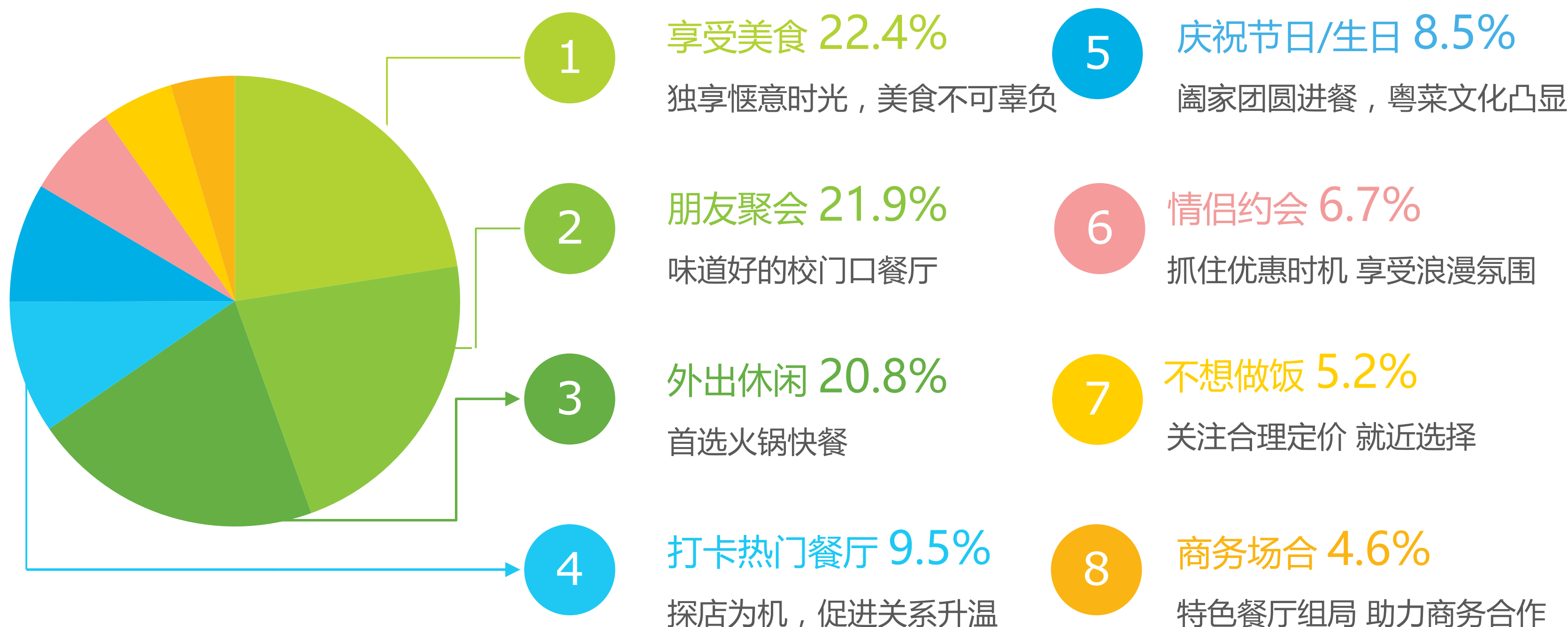
©2020.8 iResearch Inc.

餐饮行业发展趋势 1
95后构成餐饮市场的重要客源 2
95后外出餐饮行为习惯 3
95后外出餐饮中的营销机会点 4
结语 5

95后外出就餐八大场景

享受美食、聚会是主要的就餐场景，餐饮和休闲高度融合

2020年疫情前95后外出就餐的场景



样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

享受美食-独享惬意时光 美食不可辜负

iResearch 艾瑞咨询

单独享受周末的惬意时光，喜欢美味晚餐，关注交通和服务





工作
TGI=103.5

单独享受美食佳肴

一人就餐 TGI=150.4

人均消费
81.2元

偏好周末的晚餐时间



晚餐，TGI=117.3



周末，TGI=114.2

东北地区 TGI=146.9

选择味道佳、价格合理的餐厅

味道好	TGI=116	72.6%
定价合理		51.4%
交通方便	TGI=115	49.2%
服务好	TGI=113	47.4%
有优惠折扣	TGI=109	43.0%

更偏好日韩料理、川湘菜

日韩料理	140.6
川湘菜	122.9
自助餐	121.3
西餐	116.6
西式简餐	101.2

注释：TGI=享受美食选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

餐饮趋势：吸引私域流量 建立情感关联

满足95后的情感消费，抓住年轻人的心

对于95后而言，餐饮消费不再仅限于“好吃管饱”这一基础值，更在于品牌形象这一附加值。对于不同的年轻群体而言，选择符合他们自身形象的餐厅是很重要的，因为这是他们标榜个性的一种途径。因此，通过互联网进行内容营销，是最能触达95后感知神经的一种方式。

餐饮业玩转内容营销



海底捞火锅





海底捞抖音大火

话题最高播放量近55亿次

- **营销基础**：品牌前期累积的庞大客群、抖音大量的年轻用户
- **走红起源**：泛娱乐化的海底捞DIY美食视频，如“海底捞番茄牛肉饭”、自制蘸料、“海底捞海鲜粥”
- **短视频红利**：在抖音用户数量爆发期大量吸引客流
- **二次传播**：门店制作“抖音菜单”，配合顾客制作DIY美食，引爆再次刷屏



奈雪的茶引爆话题

90后消费者客群占80%以上

- **颜值经济**：从产品到店面，全方位精心设计，以符合年轻人的审美为目的
- **大V加持**：吃喝玩乐in广州、柠檬食广州等微信大号都为其发过推文
- **跨界营销**：与雅诗兰黛、悦诗风吟等美妆品牌联名，突显高端品牌形象。与广发信用卡合作，推出满30元立减15元等优惠。与李宁和人民日报联名，打造“运动潮”、“国潮风”



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

同学/朋友聚会-味道好的校门口餐厅

iResearch 艾 瑞 咨 询

放学后聚餐交流感情，口味好且距离短的餐厅更佳





学生
TGI=110.3

和同学朋友联络感情

3人就餐 TGI=115.0

同学 TGI=151.2
朋友 TGI=113.1

人均消费
88.9元

偏好工作日的晚餐时间



晚餐，TGI=105.6



工作日，TGI=102.1

华中地区 TGI=124.3

选择口味佳、消费得起、距离近的餐厅

因素	TGI	比例
味道好	TGI=105	65.8%
定价合理		48.3%
服务好		43.9%
距离近	TGI=110	43.9%
交通方便		43.5%

更偏好创意菜、料理

创意菜/融合菜	135.0
日韩料理	126.6
火锅	115.4
烧烤/香锅/串串	102.5
西餐	101.7

注释：TGI=联络感情选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

餐饮趋势：高识别度口感 征服95后味蕾

iResearch 艾瑞咨询

掌握95后的餐饮口味，抓住年轻人的胃

在餐饮的赛道上，美食是核心记忆点。网红餐厅大多以单品餐饮为主，把一款菜品做到极致，拥有自己的特色，能更快地吸引消费者的关注，并在特定群体中传播开来。要征服95后的味蕾，重点要掌握他们的餐饮口味，做出一款令他们印象深刻的菜品，这是餐饮行业的常胜之道。

餐饮口味多元化

麻辣当道



小郡肝串串香——街头网红店

辣味对味蕾的刺激，一直霸占着各大消费者的心，小郡肝串串香就是以“辣”为核心记忆点，把小郡肝做成一道美味，收获年轻人的青睐。

推陈出新



小龙虾——夜宵届的爆款王

小龙虾是把单品做到极致的典型案例，入市以来，不断推陈出新，从麻辣味，到榴莲味，再到咸蛋黄味，紧跟年轻人的口味变化。至2019年，95后已经成为小龙虾的消费主力。

追捧热门



芋泥&咸蛋黄——年轻口味的热门

冬天的芋泥，夏天的西瓜，一年四季的咸蛋黄，热门口味与传统菜品碰撞出一款美味，永远都会受到年轻人的追捧，屡试不爽。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

外出休闲-周末外出玩耍 首选火锅快餐

iResearch 艾 瑞 咨 询

享受和朋友休闲旅游的快乐时光，火锅最受欢迎





学生
TGI=121.6

和朋友共同外出旅游

2人就餐 *TGI=112.1*

朋友 *TGI=116.6*

人均消费
91.7元

偏好周末的午餐时段



午餐，TGI=112.2



周末，TGI=115.7

华南地区 TGI=112.9

选择口味佳、消费得起、交通方便的餐厅

味道好		62.5%
定价合理	TGI=106	52.1%
交通方便		43.6%
特色菜式（如网红小狗面包）	TGI=106	41.8%
服务好		39.6%

更偏好火锅、西式快餐

火锅	137.0
西式简餐	119.0
东南亚菜	111.1
川湘菜	103.3
烧烤/香锅/串串	102.2

注释：TGI=外出休闲旅游选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

打卡热门餐厅-以探店为机 促进关系升温

iResearch 艾 瑞 咨 询

受名气口碑影响去尝试，关注特色菜，偏好其他地方菜系





工作
TGI=147.6

恋人同事打卡名餐厅

4人就餐 *TGI=146.6*

恋人/配偶 *TGI=163.5*
同事 *TGI=142.8*

人均消费
110.3元

偏好节假日的早餐时段



早餐，TGI=227.5



节假日，TGI=166.0

华北地区 TGI=124.7

选择口味佳、价格合理、有特色的餐厅

味道好		51.5%
定价合理		51.1%
特色菜式（如网红小狗面包）	TGI=128	50.8%
有优惠折扣	TGI=128	50.8%
服务好	TGI=114	47.8%

更偏好其他地方菜系、西餐

其他地方菜系	202.0
西餐	166.1
创意菜/融合菜	131.2
日韩料理	123.5
粤菜	102.6

注释：TGI=被口碑吸引选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

餐饮趋势：跨界合作，自制IP爆热点

iResearch 艾瑞咨询

创造沉浸式消费场景，吸引年轻人眼球

近年来，明星、影视、动漫、游戏、萌宠等相继进军餐饮界，利用自身累积的影响力进行造势，在开店初期就能吸引巨大的客流量，这本质上是粉丝经济的衍生品。将餐厅转化为粉丝聚集地，打造IP的实景场地，为消费者创造“沉浸式”用餐体验，成为年轻人的打卡场地，让他们在社交平台自发为餐厅宣传。但是，在名气打开之后，还需进一步为消费者带来超出预期的饮食体验，才能长久地经营下去。

特色餐饮打造模式

跨界玩特色餐饮

明星

羽泉+胡桃里音乐酒馆

- 4年开出490多家门店
- 以**音乐**为核心竞争力，让用餐充满仪式感
- 签约歌手超500名，背靠合纵文化2000多名签约艺人
- 超15小时营业，主打酒吧时段

廖健+谭鸭血火锅

- 2年开出500多家门店
- 著名巴蜀笑星廖健联合创立
- 背靠**娱乐圈**，《十二道锋味》拍摄地，谢霆锋、张靓颖等百位明星为其站台
- 菜品出色，川味火锅受到年轻人追捧

特色菜系



云南特色造就“云海肴”

- 打造云南特色网红菜，如汽锅鸡、黑糖豆腐花等；
- 店铺装修具有优雅独特的云南民俗风情，安静宽敞；
- 门店实现迅速扩张，全国门店100+。

萌宠

猫咪咖啡馆

- 宠物经济的衍生品，起源于日本，风靡全球
- 比传统咖啡馆更具吸引力
- 迎合“云养猫”新现象

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

庆祝节日-阖家团圆进餐 粤菜文化凸显

iResearch 艾瑞咨询

在节假日午餐时段聚会，人均消费金额高，关注餐馆装修





工作
TGI=114.6

与亲人共庆节日

5人就餐 *TGI=211.7*

父母长辈 *TGI=200.8*

子女 *TGI=196.2*

人均消费
112.6元

偏好节假日的午餐时段



午餐，TGI=106.8



节假日，TGI=205.7

华北地区 TGI=139.9

选择口味佳、装修好、消费得起的餐厅

选项	比例
味道好	44.9%
装修好看（TGI=131）	41.2%
定价合理	39.9%
特色菜式（如网红小狗面包）	38.7%
有优惠折扣	36.4%

更偏好粤菜、创意融合菜

菜系	TGI
粤菜	214.9
创意菜/融合菜	148.4
东南亚菜	148.2
其他地方菜系	128.4
西式简餐	125.1

注释：TGI=庆祝节日/生日选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。

样本：95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

情侣约会-抓住优惠时机 享受浪漫氛围

共享浪漫的周末晚餐，人均消费金额高，关注折扣





学生
TGI=116.1

和恋人享受二人世界

***2人就餐** TGI=183.5*

***恋人/配偶** TGI=259.5*

人均消费
113.5元

偏好周末的晚餐时间



晚餐，TGI=130.8



周末，TGI=139.5

华北地区 TGI=124.7

选择口味佳、氛围好、消费得起的餐厅

项目	TGI	比例
味道好		59.9%
有优惠折扣	TGI=122	48.2%
氛围休闲、放松	TGI=120	46.2%
特色菜式（如网红小狗面包）		43.2%
服务好		42.7%

更偏好西餐、料理

西餐	268.4
日韩料理	169.0
自助餐	129.9
火锅	112.0
东南亚菜	109.2

注释：TGI=秀恩爱选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

餐饮趋势：不一样的氛围打造独有记忆

iResearch 艾 瑞 咨 询

打造餐饮氛围，酝酿独特记忆

对于就餐的95后来说，外出就餐不仅是吃，更是打造独特记忆的过程。具有独特情怀的餐饮品牌以自身的定位，吸引更多年轻群体前往。

情怀餐饮品牌打造路线

氛围私餐

胡桃里音乐酒馆

胡桃里是一家“为**文艺**而生”的餐饮品牌，用传统就餐的物理空间成为音乐产业的线下场景，用签约驻唱歌手和文艺的装修风格，为前来用餐的顾客营造文艺的用餐氛围。



西提牛排



西堤牛排在创立之初，以愉悦的用餐体验为基点，用宽敞舒适的用餐空间、包厢式设计营造出**团体聚餐**的氛围，再以大型聚餐礼券、主题性招待，成为消费者聚餐场所的选择。

情怀品牌

歌帝梵



比利时巧克力品牌GODIVA歌帝梵，被喻为最顶级的巧克力，一直为消费者提供**浪漫**的情怀。每年的情人节，品牌都会邀请设计师精心设计包装，给恋人们带来惊喜与浪漫。

哈根达斯

“爱她，就请她吃哈根达斯”，哈根达斯把自己贴上永恒的**爱情**标签，将自己的产品与甜美的爱情链接起来，吸引恋人们的关注度，提升品牌形象，也为旗舰店带来更多的销量。



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

不想做饭-关注合理定价 就近选择餐馆

iResearch 艾 瑞 咨 询

跟随父母在外就餐，人均消费金额低，偏好距离近的餐厅





学生 TGI=111.1

与父母长辈外出进餐

2人就餐* *TGI=149.7

父母长辈* *TGI=253.6

人均消费 59.0元

偏好工作日的早餐时段



早餐，TGI=160.4



工作日，TGI=127.3

华东地区 TGI=116.3

选择口味佳、定价合适、距离较近的餐厅

味道好	TGI=117	73.4%
定价合理	TGI=127	62.6%
距离近	TGI=147	58.8%
服务好		45.0%
有优惠折扣	TGI=110	43.5%

更偏好地方菜系、烧烤香锅

其他地方菜系	209.9
烧烤/香锅/串串	189.8
川湘菜	154.7

注释：TGI=不在家做饭选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

商务场合-特色餐厅组局 助力商务合作

iResearch 艾瑞咨询

与客户进行多人商务洽谈，特色东南亚菜式是首选





工作
TGI=147.9

与客户商谈合作

6人同行 *TGI=215.3*

客户 *TGI=438.9*

人均消费
108.7元

偏好工作日的午餐时段



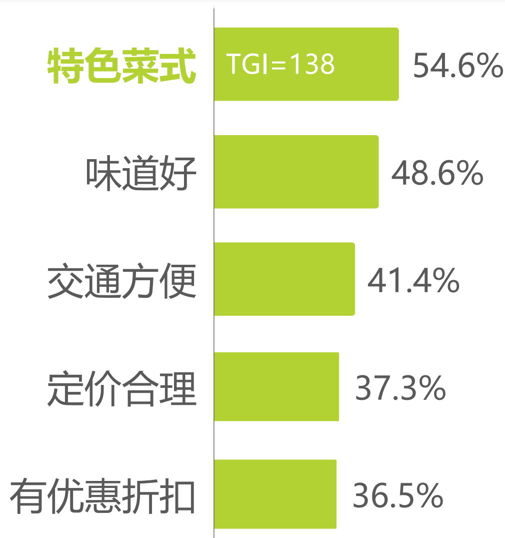
午餐，TGI=131.0



工作日，TGI=151.9

华东地区 TGI=128.0

选择菜式有特色、味道佳的餐厅



更偏好东南亚菜、自助餐

东南亚菜	250.7
自助餐	193.3
烧烤/香锅/串串	162.1
西式简餐	163.8
其他地方菜系	118.4

注释：TGI=工作需要选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

2020年95后餐饮品牌认知排名

海底捞独特品牌文化和定位获得关注 95后中认知度名列前五

95后餐饮品牌认知排名TOP1-10



95后餐饮品牌认知排名TOP10-20



95后餐饮品牌认知排名TOP20-30



来源：结合问卷调研和大众点评APP餐厅点评数据综合得出。
样本：95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。结合问卷调研和大众点评APP餐厅点评数据综合得出。

全国95后外出就餐偏好地图

多元饮食：中西部吃辣 东北涮火锅 华北牛腩 华南吃西北菜



注释：TGI=特定区域95后选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

北京-呼朋唤友 打卡特色餐厅

更偏好通过信用卡类APP获取餐饮信息

北京



12.1%

更愿意选择新餐厅，不考虑去过的餐厅

获取餐饮信息的方式



上一次餐厅吃饭 人均消费金额 89.9元

打卡热门餐厅 15.3%

选择装修好看的	107.3
选择有特色菜式的	106.4

午餐 48.1%
周一～周五 54.9%
3人同行 35.3%
和朋友一起 51.2%

1  烧烤/香锅/串串 19.5%

2  西式简餐(必胜客等) 17.8%

上一次去茶饮店 人均消费金额 25.2元

尝试新品	129.0
办公需要	119.8



新中式奶茶（奈雪的茶等）30.1%



咖啡（星巴克等）23.0%

注释：TGI=工作需要选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本：95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.2 iResearch Inc

上海-恋人约会休闲 选择丰富多样

更偏好通过团购/点评类APP获取餐饮信息

上海



15.3%

更愿意选择新餐厅，不考虑去过的餐厅

获取餐饮信息的方式



上一次餐厅吃饭 人均消费金额 103.5元

外出休闲	22.2%
不想做饭	10.6%

选择氛围休闲的	117.9
选择有特色菜式的	116.2
选择有优惠折扣的	104.9

午餐 50.2%
周一~周五 58.5%
2人同行 33.3%
和恋人一起 39.0%

1. *地方菜系(川湘粤除外) 21.0%*
2. *西餐 8.7%*

上一次去茶饮店 人均消费金额 29.3元

喝上瘾	148.9
心情愉悦	148.7

1點點 街头奶茶（一点点等） **37.3%**

STARBUCKS 咖啡（星巴克等） **18.1%**

注释：TGI=工作需要选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.2 iResearch Inc

广州-休闲美食之城 节假日家人齐出动

iResearch 艾 瑞 咨 询

更偏好通过信团购点评类APP和推文获取餐饮信息

广州



10.3%

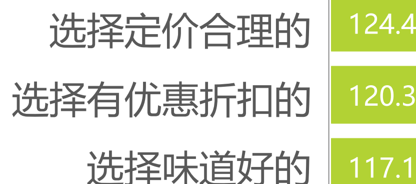
更愿意选择新餐厅，不考虑去过的餐厅

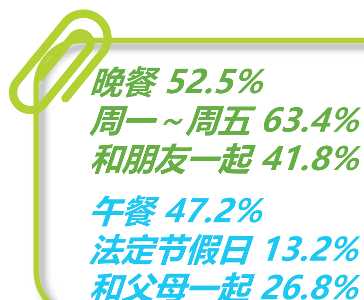
获取餐饮信息的方式



上一次餐厅吃饭 人均消费金额 83.7元











上一次去茶饮店 人均消费金额 24.4元

心情愉悦	128.2
解渴需要	114.7

街头奶茶（一点点等） **43.0%**

冷饮雪糕（DQ冰淇淋等） **9.7%**

注释：TGI=工作需要选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.2 iResearch Inc

深圳-奶茶重度依赖 热衷聚会创意餐厅 更偏好通过推文获取餐饮信息

iResearch 艾瑞咨询

深圳



4.2%

更愿意选择新餐厅，不考虑去过的餐厅

获取餐饮信息的方式



上一次餐厅吃饭 人均消费金额 112.2元

朋友聚会	24.7%
庆祝节日生日	16.7%

选择交通方便的	130.0
选择装修好看的	120.2
选择摆盘好看的	105.5

午餐 65.4%
周一~周五 69.6%

3人同行 47.4%
和同事一起 63.4%

1  *创意菜/融合菜 31.1%*

2  *粤菜 17.6%*

上一次去茶饮店 人均消费金额 39.9元

办公需要	155.9
喝上瘾	153.8

DANING 柠檬茶 **46.1%**



新中式奶茶（奈雪的茶等） **40.4%**

注释：TGI=工作需要选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.2 iResearch Inc

苏杭-平日午餐聚会休闲

更偏好通过团购点评APP和推文获取餐饮信息

苏杭



27.4%

更愿意选择新餐厅，不考虑去过的餐厅

获取餐饮信息的方式



方式	比例
团购/点评类APP	80.9% TGI=127.1
微信公众号、抖音等的推文	72.3% TGI=143.5
朋友推荐	61.7%

上一次餐厅吃饭 人均消费金额 125.8元

朋友聚会	27.7%
外出休闲	23.1%

选择有优惠折扣的	172.0
选择交通方便的	134.7
选择味道好的	112.2

午餐 54.0%
周一～周五 58.3%

2人同行 51.2%
和恋人一起 42.6%

1 *火锅 21.9%*

2 *地方菜系(川湘粤除外) 13.6%*

上一次去茶饮店 人均消费金额 28.9元

解渴需要	78.5
心情愉悦	66.5

奈雪の茶

新中式奶茶（奈雪的茶等）
57.8%

注释：TGI=工作需要选择该项的比例/95后整体选择该项的比例。
样本： 95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

餐饮行业发展趋势 1

95后构成餐饮市场的重要客源 2

95后外出餐饮行为习惯 3

95后外出餐饮中的营销机会点 4

结语 5

打造餐饮品牌文化 借力平台合作共赢

iResearch 艾 瑞 咨 询

树立品牌力 实现优质品牌强强合作

餐饮的品牌化，指打造餐厅自有品牌形象，并以餐厅品牌为依托和消费者进行沟通、交流。通过品牌化获得粉丝，通过打造品牌话题在粉丝圈内实现自主传播，提升客流获取能力。一家成功的餐饮品牌自带客流量，通过输出品牌化的品牌盈利模式，打造连锁餐饮。并通过和优质平台合作吸引更多流量，如广发信用卡的饭票平台。

2020年餐饮品牌化的优势和机会

输出品牌调性，形成差异点 → **享受品牌红利** → **餐饮品牌**

1

- 打造匠心口感，形成味觉记

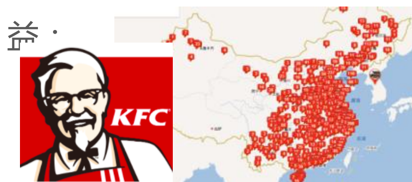


- 成为热点话题，吸引年轻人关注、转发和尝新



2

- 打造连锁餐饮，获得规模收益；



- 吸引团购/优惠平台合作，获取平台流量，吸引更多客流；





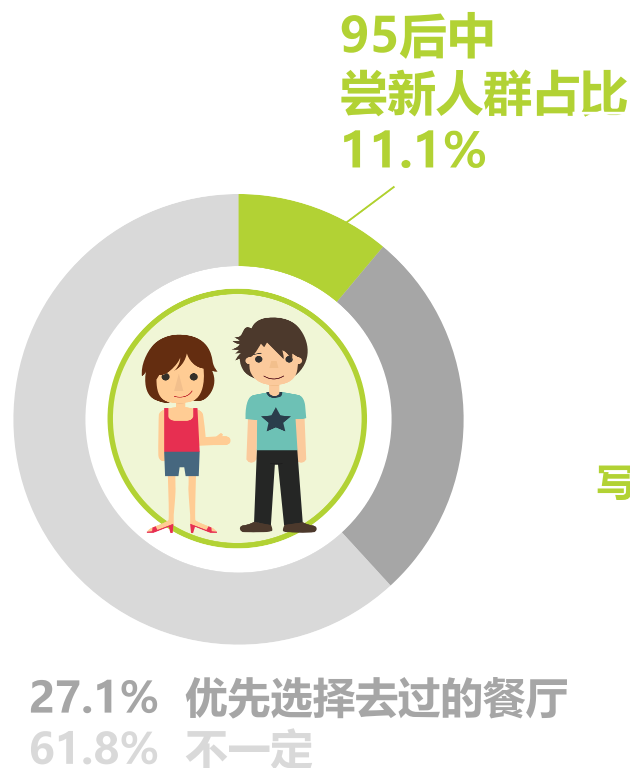
饮品轻食：奈雪の茶
便利店：全家 FamilyMart
餐馆：绿茶、Pizza Hut、KFC

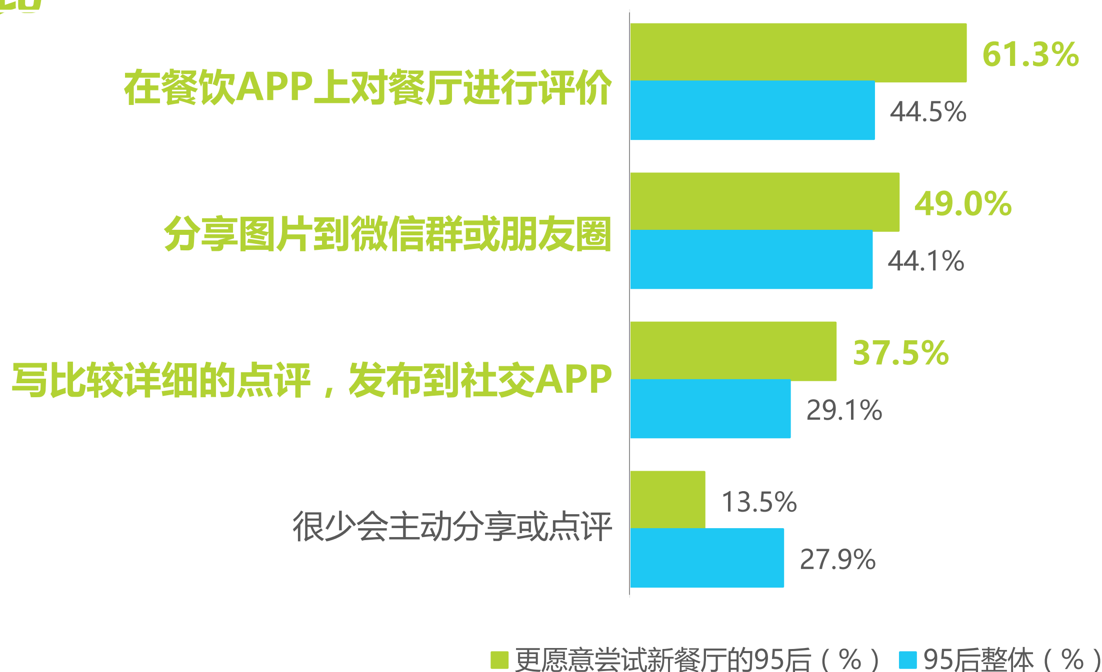
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

重视95后餐饮尝新群体 触发社交传播

95后餐饮尝新群体分享意愿强 是品牌化社交传播的原点人群

95后尝新人群占比11.1%，和总体相比，95后尝新人群在餐厅评价、餐厅分享、餐厅点评上的意愿更强，是促进餐饮品牌传播的关键原点人群。





样本： 95后外出就餐人群调研，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

©2020.8 iResearch Inc.

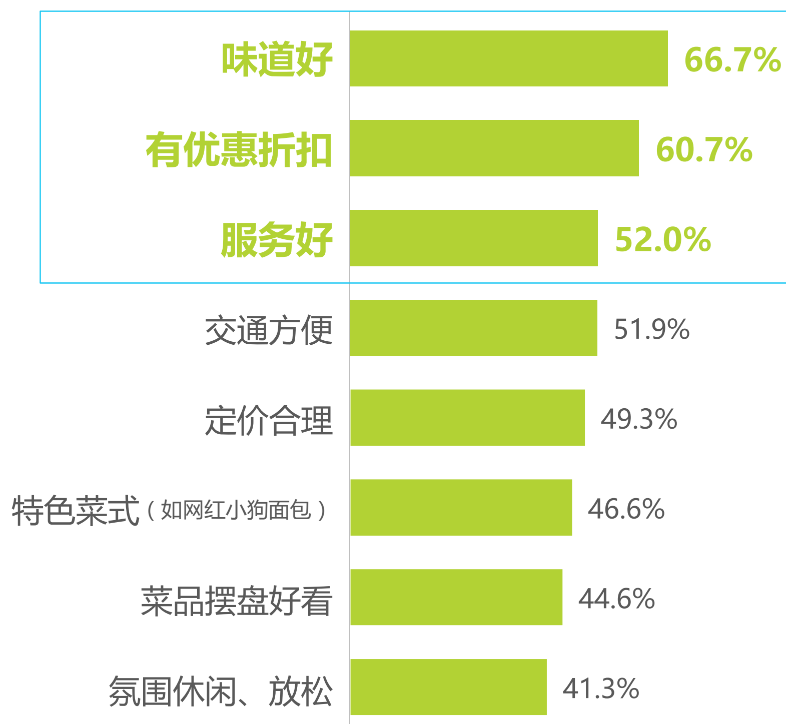
好吃又有折扣，是吸引尝试的关键

iResearch 艾瑞咨询

味道好、有优惠、服务好是吸引95后尝新人群的关键

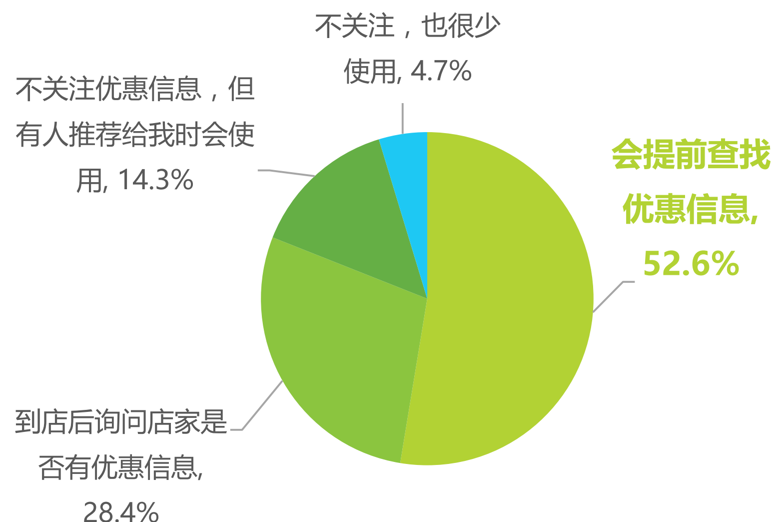
95后餐饮尝新群体主要受味道好的吸引前往尝新，有优惠折扣可以极大的促进尝新意愿，将尝新的想法付诸行动。95后尝新群体外出就餐时，对优惠信息的关注度达到52.6%，有28.4%到店后会询问店家是否有优惠信息。

吸引95后尝新群体尝试的餐饮店特性



样本：95后外出就餐人群中的尝新群体，N=87；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

95后尝新群体外出就餐对优惠信息的关注度



样本：95后外出就餐人群中的尝新群体，N=87；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

信用卡大牌优惠吸引尝新 形成消费闭环

相比整体人群，尝新群体更易被信用卡优惠信息吸引

95后尝新群体在搜集餐厅信息时，对信用卡的大牌优惠信息相比整体人群有更多的信赖感，优惠活动中相对更关注信用卡app的折价抵用券，并在结算时使用提供折扣券的信用卡进行支付。信用卡平台通过优惠券、饭票等信息吸引尝新群体使用信用卡消费，形成闭环消费链路

95后尝新群体餐饮店信息触点路径



样本：95后外出就餐人群中的尝新群体，N=87；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

信用卡餐饮营销年轻化 面向95后市场

iResearch 艾瑞咨询

活动形式多样化，渗透餐饮市场

餐饮市场消费频次较高，各家银行进行有效的市场活动，尤其是与餐饮商户合作，可以提升消费者的用卡感知，培养消费者的用卡习惯，进一步推广信用卡业务。

信用卡发卡行餐饮营销活动类型



广发银行+星巴克

自2009年，广发银行就开始与星巴克合作，消费者响应热烈。2019年的“超级广发日”，广发信用卡用户在星巴克刷卡可享“买一赠一”，第一个活动日卖出**15.6万杯**饮品，此后两个活动日销量均接近**20万。**

广发信用卡大牌折扣日

各家银行都有折扣日，广发“**超级广发日**”“**大牌周五5折**”在每周五提供大牌的5折饭票，交通银行的“最红星期五”、招商银行的“周三5折日”等为用户提供餐饮优惠，刺激消费者刷卡消费。



- 品牌合作
- 优惠活动
- 网络营销
- 联名卡



交通银行+抖音挑战赛

2018年，交行牵手抖音举办“最红星期五抖音挑战赛”，邀请用户将周五的状态拍摄上传至抖音app，参赛人数累积超**3.8万人**，这是银行年轻化营销的一次成功尝试。迄今为止，“最红星期五”话题在抖音的播放量已超**3.1亿次**。

广发银行+口碑 联名卡

口碑、美团等餐饮服务平台也成为各大银行的合作对象。
以广发的口碑联名卡为例，该卡在餐饮消费方面有很多优惠权益，如返现、满减、折扣、口碑代金券等。



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

©2020.8 iResearch Inc.

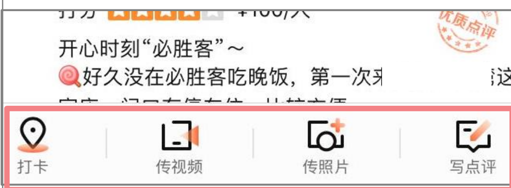
信用卡大牌低价和95后关注点相契合

相对团购/点评类APP，信用卡APP在优惠力度上更具优势

优惠信息对吸引95后关注、促进转化上有直接推动作用。其次，95后对力度大的优惠活动信息的转发意愿强。相对团购/点评类APP，信用卡发卡机构具有一定的地缘优势，有利于和商户达成更密切的合作关系，优惠力度相对更大，成功吸引到年轻群体的关注和转化。

团购/点评类APP

- 支持点评、互动，打造**餐饮社交**，吸引关注



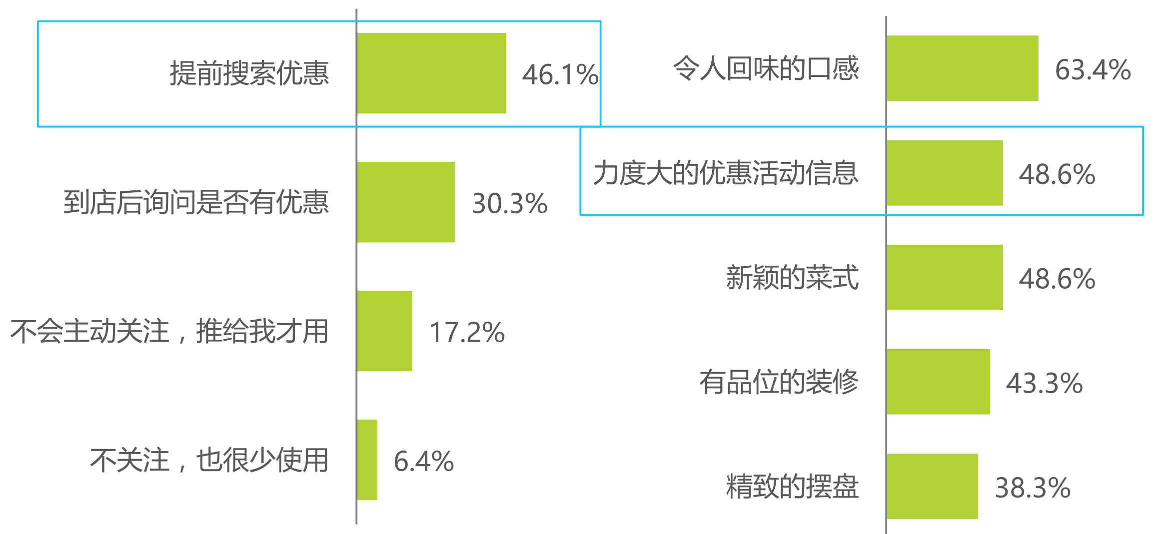
信用卡类APP

- **优惠力度大；**
- 更具地域优势；



用户转化路径中促销优惠的影响

优惠信息可以有效吸引95后关注　　**力度大的优惠活动可吸引转发**



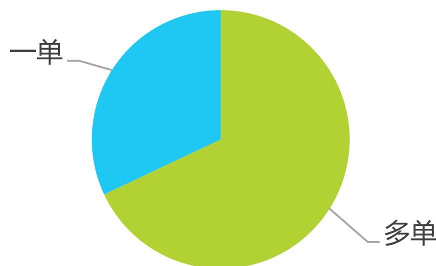
来源：外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

信用卡APP内餐馆消费现高复购率

大多在第三单选择不同餐馆或口味，信用卡APP带货实力强

近半年，广发信用卡饭票用户中重复购买的用户超7成；
从1单到多单，超5成的用户购买了不同餐饮商户的产品；
复购用户中，近8成用户在第3单选择不同餐饮商户或口味，验证APP跨产品带货能力。

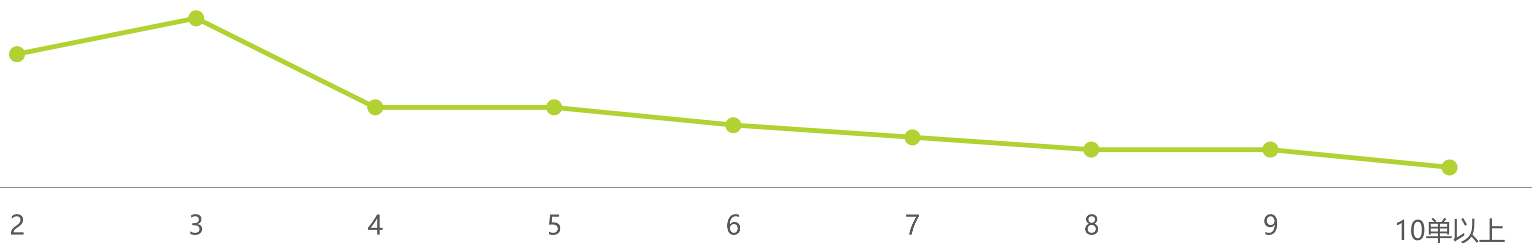
广发银行信用卡近半年APP用户下单次数比例



广发信用卡APP多单客户中口味发生变化的比例



广发银行信用卡APP用户第几单口味发生变化的比例



来源：广发银行信用卡2019年后台数据整理。

iResearch
艾 瑞 咨 询

餐饮行业发展趋势	1
95后构成餐饮市场的重要客源	2
95后外出餐饮行为习惯	3
95后外出餐饮中的营销机会点	4
结语	5

95后-餐饮业复苏的关键群体

95后餐饮消费





喜爱尝新

11.1%的95后外出就餐时**尝新意愿强烈，高于整体**



口味多元

既**撸得了串**，也**hold得住西餐/日料**(TGI均超过110)



场合多样

朋友聚会、情侣约会、过节聚餐不错过，或者只是去品尝，档期永远不嫌太满



关注促销

41.6%的95后在**就餐前搜索**优惠信息，餐饮优惠信息是主要的分享素材（48.6%会选择优惠信息分享）



捕捉热点

"最近有什么热门的新餐厅？问我就对了。"

9.9%的95后**上一次就餐**选择**新型菜/融合网红餐厅。**



餐饮新趋势打造者

样本：95后外出就餐人群，N=800；于2019年12月使用艾瑞iUserSurvey调研数据获得。

关于艾瑞

iResearch 艾 瑞 咨 询

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫 描 二 维 码
读 懂 全 行 业

海 量 的 数 据　专 业 的 报 告

 400-026-2099　 ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽晕染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	乒乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com



如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。

